

توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في تغطيه تغطية أخبار قطاع العقارات السعودية دراسة ميدانية

Prepared by

محمد خالد الدباس



أحدثت الثورة الرقمية تحولاً جذرياً في بنية الصحافة المعاصرة ووظائفها وأساليب إنتاجها، حيث انتقلت المؤسسات الإعلامية من نموذج البث الأحادي القائم على تقديم محتوى نصي ثابت إلى نموذج تفاعلي تشاركي يعتمد على دمج الوسائط المتعددة وإشراك الجمهور في بناء القصة الإخبارية واستكشاف أبعادها، وقد أصبح هذا التحول سمة مركزية للصحافة الإلكترونية الحديثة التي باتت توظف أدوات رقمية تفاعلية متنوعة كالإنفوجرافيك والفيديو التفاعلي والروابط التشعبية وأدوات التصوير البصري للبيانات في سبيل تقديم محتوى أكثر ثراءً وجاذبية وعمقاً. (Izzatli, 2025)

ويُعدّ هذا التحول الرقمي نتاجاً طبيعياً للتطور المتسارع في تقنيات الويب التي فتحت أمام المؤسسات الصحفية آفاقاً غير مسبوقة للسرد الإخباري المتعدد الوسائط، حيث أفرزت أشكالاً وأنماطاً تحريرية جديدة تعزز الدمج بين مجموعة مختلفة من العناصر المعلوماتية لخلق تسلسل تفاعلي للمحتوى الإخباري يتجاوز حدود النص التقليدي (الزهراني وعطية، ٢٠٢١).

وقد أولت المؤسسات الإعلامية الدولية الكبرى اهتماماً متزايداً بتطوير استراتيجيات توظيف الوسائط المتعددة في منصاتها الرقمية، إلا أن مستوى هذا التوظيف يتباين تبايناً ملحوظاً بين المؤسسات والمنصات والسياقات الجغرافية المختلفة؛ إذ تتفاوت الكثافة الوسائطية بحسب نوع المحتوى وطبيعة التركيز الجغرافي والموضوعي، كما أن الأخبار المحلية تحظى بمعالجة وسائطية أعلى من التغطيات الدولية. (Rafeeq, 2025) وتتقاطع هذه الأدوات التفاعلية مع منظومة واسعة من البرامج والتطبيقات الرقمية التي تُيسّر إنشاء القصص الصحفية التفاعلية ونشرها، سواء كانت تطبيقات تجارية أو مفتوحة المصدر، حيث تتسابق هذه الأدوات في تقديم وظائف متقدمة كالعمل الجماعي وتحليل البيانات وإدارة خرائط التفاعل ومعاينة المحتوى على أجهزة متعددة (Otero-González & Vázquez-Herrero, 2023).

ولا تزال الصحافة الرقمية تسعى للحاق بالركب العالمي في توظيف هذه الأدوات التفاعلية؛ إذ تشير الأدبيات إلى أن غرف الأخبار العربية تواجه تحديات بنيوية ومهنية تحدّ من قدرتها على الاستفادة الكاملة من الإمكانيات التقنية المتاحة، وأن كثيراً من المؤسسات الإعلامية العربية لا تزال تعتمد على أنماط السرد التقليدية في منصاتها الإلكترونية. (Harb & Arafat, 2024) وينعكس هذا الواقع على التغطية الصحفية للقضايا الاقتصادية التي تتطلب بطبيعتها أدوات تفاعلية متقدمة لتبسيط البيانات المعقدة وتقديمها بصورة بصرية واضحة، حيث تسود الأطر الإخبارية التقليدية التغطية الاقتصادية في الصحافة العربية الإلكترونية مع محدودية في التنوع والعمق التحليلي (شرشب، ٢٠٢٥).

ويكتسب قطاع العقارات أهمية استراتيجية استثنائية في ظل رؤية المملكة ٢٠٣٠ التي جعلت من هذا القطاع ركيزة أساسية للتنويع الاقتصادي وتحقيق جودة الحياة، مما يستوجب من الصحافة الإلكترونية السعودية تقديم تغطية عقارية رقمية تتسم بالجودة والتفاعلية والقدرة على مواكبة هذه التحولات. وتؤكد الدراسات أن الجمهور السعودي يعتمد بدرجة مرتفعة على الصحافة الإلكترونية في متابعة القضايا الاقتصادية ويتطلع إلى محتوى تحليلي تفاعلي أعمق (المطرفي، ٢٠٢٥).

كما أن التغطية الإعلامية العقارية لا تقتصر آثارها على نقل المعلومات بل تمتد لتؤثر في حركة الأسواق واتجاهات الأسعار وقرارات المستهلكين الشرائية والاستثمارية ((Çepni, 2025، فضلاً عن أن وسائل الإعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي أصبحت تُشكّل المصدر الأول للمعلومات العقارية لدى الأجيال الشابة وتؤثر جوهرياً في تصوراتهم تجاه سوق العقارات (Dehnisch, 2022). ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتبحث في أثر أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية، ساعيةً إلى سد الفجوة البحثية القائمة في هذا المجال الحيوي.

يشهد المشهد الإعلامي تحولات بنيوية عميقة أفرزتها الثورة الرقمية، حيث تطورت الصحافة الإلكترونية إلى منظومة تفاعلية متكاملة تعتمد على أدوات رقمية متقدمة كالإنفوجرافيك التفاعلي والفيديو الرقمي والروابط التشعبية وأدوات التصوير البصري للبيانات. غير أن توظيف هذه الأدوات في البيئة الإعلامية العربية لا يزال يتسم بالقصور؛ إذ كشفت دراسة Harb & Arafat (2024) أن نسبة توظيف أدوات التقنية الحديثة في غرف الأخبار العربية لا تتجاوز (٦,٢%)، كما أشارت دراسة الزهراني وعطية (2021) إلى ندرة توظيف الوسائط التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية الكبرى.

أن المتابعة المنتظمة للمصحف الإلكتروني السعودية تكشف عن فجوة واضحة بين الإمكانيات التقنية المتاحة ومستوى توظيفها الفعلي، حيث لا تزال التغطية العقارية تعتمد في كثير من الأحيان على الأنماط التقليدية القائمة على النص المجرد والصور الساكنة. ويتعمق هذا الإشكال حين ندرك أن التغطية الإعلامية العقارية تتنبأ بحركة أسعار العقارات بدقة أعلى من المؤشرات

وعلى الرغم من هذه الأهمية المتصاعدة، كشفت مراجعة الأدبيات عن غياب شبه تام للدراسات التي تربط بين أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية وتغطية أخبار قطاع العقارات في السياق السعودي ضمن نموذج بحثي واحد متكامل. ومن هنا تتبلور

مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما أثر أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التفاعلية

والمحتوى المترابط، أدوات التصوير البصري للبيانات) على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية؟

ما أثر أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى

المتربط، أدوات التصوير البصري للبيانات) على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية؟

الأسئلة الفرعية

❑ إلى أي مدى توظف الصحف الإلكترونية السعودية الإنفوجرافيك التفاعلي في تغطية أخبار قطاع العقارات؟

❑ كيف يسهم الفيديو الرقمي التفاعلي في إثراء تقديم المحتوى العقاري بالصحف الإلكترونية السعودية؟

❑ إلى أي درجة تعتمد الصحف الإلكترونية السعودية على الروابط التشعبية والمحتوى المتربط في ربط الأخبار العقارية بسياقاتها المختلفة؟

❑ كيف توظف الصحف الإلكترونية السعودية أدوات التصوير البصري للبيانات في عرض المؤشرات والإحصاءات العقارية؟

❑ ما أبرز التحديات التي تواجه القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية السعودية عند استخدام أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في

تغطية أخبار العقارات؟

تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصوير البصري للبيانات) على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية. ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل في:

الكشف عن مدى توظيف الصحف الإلكترونية السعودية للإنفوجرافيك التفاعلي في تغطية أخبار قطاع العقارات ومستوى تأثيره على جودة المعالجة الصحفية وعمقها.

رصد أنماط استخدام الفيديو الرقمي التفاعلي (الجولات الافتراضية، المقابلات المصورة، الرسوم المتحركة التوضيحية) في تقديم المحتوى العقاري وأثره على ثراء التغطية وتنوع زوايا المعالجة.

تحديد درجة اعتماد الصحف الإلكترونية السعودية على الروابط التشعبية والمحتوى المترابط في ربط الأخبار العقارية بسياقاتها الاقتصادية والتشريعية والاجتماعية وأثر ذلك على شمولية التغطية.

الكشف عن واقع توظيف أدوات التصوير البصري للبيانات (الخرائط التفاعلية، الرسوم البيانية الديناميكية، لوحات البيانات) في عرض المؤشرات والإحصاءات العقارية وأثره على وضوح المعلومة ودقتها.

التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية السعودية نحو استخدام أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في تغطية أخبار العقارات والتحديات التي تواجههم.

استشراف مستقبل توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في تغطية القطاع العقاري السعودي في ضوء التحولات الرقمية لرؤية المملكة ٢٠٣٠.

أهمية علمية

• تستمد الدراسة الحالية أهميتها العلمية من كونها تُسهم في إثراء الإطار النظري لحقل الصحافة الرقمية التفاعلية من خلال بناء نموذج بحثي متكامل يربط بين أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية كمتغير مستقل متعدد الأبعاد (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصور البصري للبيانات) وتغطية أخبار قطاع العقارات كمتغير تابع؛ وهو نموذج لم تتطرق إليه الدراسات السابقة في نسق واحد.

كما تُسهم الدراسة في سد فجوة بحثية واضحة في المكتبة العربية والسعودية تحديداً؛ إذ كشفت مراجعة الأدبيات عن غياب شبه تام للدراسات التي تجمع بين المتغيرين في السياق السعودي، حيث اقتصرَت الدراسات السابقة إما على تناول الأدوات التفاعلية بمعزل عن المحتوى القطاعي المتخصص أو على معالجة التغطية الاقتصادية دون ربطها بالأدوات الرقمية التفاعلية.

تُقدم الدراسة إضافة نظرية من خلال اختبار مدى انطباق نظريات الإعلام الرقمي كنظرية ثراء الوسيلة ونظرية الاستخدامات والإشباع في بيئتها الرقمية على سياق التغطية الصحفية المتخصصة في قطاع العقارات السعودي، مما يُتيح للباحثين في حقل الإعلام والاتصال إطاراً مرجعياً يمكن البناء عليه في دراسات مستقبلية.

الأهمية التطبيقية:

- تكتسب الدراسة أهمية عملية بالغة على عدة مستويات؛ فعلى مستوى المؤسسات الصحفية السعودية تُقدم الدراسة توصيفاً دقيقاً لواقع توظيف أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية في التغطية العقارية مما يُمكن صانعي القرار في غرف الأخبار من تحديد نقاط القوة والضعف في ممارساتهم الحالية واتخاذ قرارات مبنية على بيانات علمية لتطوير استراتيجياتهم الرقمية.
- تُوفر الدراسة رؤية واضحة حول الأدوات الأكثر فاعلية في إنتاج محتوى عقاري جاذب ومتعمق مما يُسهم في رفع كفاءتهم المهنية وتوجيه احتياجاتهم التدريبية.
- تُسهم الدراسة في تحسين جودة المعلومات العقارية المقدمة للجمهور من خلال تعزيز التغطية بالأدوات التفاعلية التي تُبسّط البيانات المعقدة وتجعلها أكثر وضوحاً ومصداقية مما ينعكس إيجاباً على شفافية السوق ووعي المستثمرين والمستهلكين.
- تُقدم الدراسة مؤشرات عملية تُسهم في صياغة سياسات وطنية لتطوير المحتوى الرقمي الاقتصادي المتخصص بما يتماشى مع مستهدفات رؤية المملكة ٢٠٣٠ في التحول الرقمي وتطوير قطاع الإعلام.

الفرض الرئيسي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصوير البصري للبيانات) على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية.

ويتفرع منه الفروض الفرعية التالية:

الفرض الأول: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإنفوجرافيك التفاعلي على جودة تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية.

الفرض الثاني: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للفيديو الرقمي التفاعلي على ثراء تغطية أخبار قطاع العقارات وتنوع زوايا المعالجة في الصحف الإلكترونية السعودية.

الفرض الثالث: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للروابط التشعبية والمحتوى المترابط على شمولية تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية.

الفرض الرابع: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لأدوات التصوير البصري للبيانات على وضوح المعلومة ودقتها في تغطية أخبار قطاع العقارات بالصحف الإلكترونية السعودية.

ستعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأكثر ملاءمة لطبيعة الدراسة وأهدافها؛ إذ يُمكن الباحث من وصف الظاهرة محل الدراسة وتحليلها كمياً وكيفياً، والكشف عن العلاقات الارتباطية والتأثيرية بين المتغير المستقل (أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية) بأبعاده الأربعة والمتغير التابع (تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية). وسيتم توظيف أسلوب المسح الإعلامي الميداني لجمع البيانات الأولية من مفردات العينة، مما يُتيح رصد الواقع الفعلي لتوظيف الأدوات التفاعلية وقياس أثرها على جودة التغطية العقارية بشكل علمي منهجي ودقيق.

ستعتمد الدراسة على نوعين من مصادر جمع البيانات: أولاً المصادر الثانوية وتشمل الكتب والمراجع العلمية العربية والأجنبية، والدوريات والمجلات المحكمة، والرسائل العلمية (ماجستير ودكتوراه)، والتقارير المهنية والمؤسسية ذات الصلة بالصحافة الرقمية التفاعلية وقطاع العقارات السعودي، وقواعد البيانات الإلكترونية مثل (EKB)، Scopus، Mandumah، Web of Science؛ وذلك لبناء الإطار النظري ومراجعة الدراسات السابقة. ثانياً المصادر الأولية وتتمثل في البيانات الميدانية التي سيتم جمعها مباشرة من مفردات عينة الدراسة من خلال الاستبانة الإلكترونية المصممة خصيصاً لأغراض هذه الدراسة..

ستعتمد الدراسة على الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية، وسيتم تصميمها وفق مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة = ٥، موافق = ٤، محايد = ٣، غير موافق = ٢، غير موافق بشدة = ١)، وستتكون الاستبانة من الأقسام التالية:

القسم الأول: البيانات الديموغرافية والوظيفية ويتضمن بيانات المبحوثين الأساسية من حيث النوع، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة في العمل الصحفي الرقمي، والمسمى الوظيفي، ونوع الصحيفة الإلكترونية (حكومية، خاصة، متخصصة).

القسم الثاني: المتغير المستقل (أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية) ويتضمن أربعة أبعاد:

- **البُعد الأول:** الانفوجرافيك التفاعلي ويتكون من (٤) فقرات تقيس مدى توظيف الانفوجرافيك التفاعلي في تغطية أخبار العقارات ومستوى كفاءة استخدامه وأنماطه المختلفة.
- **البُعد الثاني:** الفيديو الرقمي التفاعلي ويتكون من (٤) فقرات تقيس مدى استخدام الفيديو الرقمي التفاعلي بأنماطه المتنوعة (الجولات الافتراضية، المقابلات المصورة، الرسوم التوضيحية المتحركة) في المحتوى العقاري.
- **البُعد الثالث:** الروابط التشعبية والمحتوى المترابط ويتكون من (٤) فقرات تقيس درجة اعتماد الصحف الإلكترونية على الروابط التشعبية في ربط الأخبار العقارية بسياقاتها الاقتصادية والتشريعية والاجتماعية.
- **البُعد الرابع:** أدوات التصور البصري للبيانات ويتكون من (٤) فقرات تقيس واقع توظيف الخرائط التفاعلية والرسوم البيانية الديناميكية ولوحات البيانات في عرض المؤشرات والإحصاءات العقارية.

وبذلك يبلغ إجمالي فقرات المتغير المستقل (16)فقرة.

القسم الثالث: المتغير التابع (تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية) وهو محور أحادي البُعد يتكون من (10) فقرات تقيس مستوى جودة التغطية الصحفية لأخبار قطاع العقارات من حيث الشمولية، والعمق التحليلي، وتنوع المصادر، ووضوح المعلومات، ودقة البيانات، وتوازن التغطية، والتحديث المستمر، ومستوى تفاعل الجمهور، وملاءمة التغطية لاحتياجات المتابعين، ومدى إسهامها في تعزيز الوعي العقاري.

سيتكون مجتمع الدراسة من جميع القائمين بالاتصال (المحررون، رؤساء الأقسام، مديرو المحتوى الرقمي، مصممو الإنفوجرافيك، منتجو الفيديو، محررو البيانات) العاملين في الصحف الإلكترونية السعودية التي تغطي أخبار قطاع العقارات، وذلك في الصحف الإلكترونية الكبرى ذات الانتشار الواسع والتي تمتلك أقساماً متخصصة في الشأن الاقتصادي والعقاري، ويشمل ذلك صحف: سبق الإلكترونية، وصحيفة عكاظ الإلكترونية، وصحيفة الاقتصادية الإلكترونية، وصحيفة الرياض الإلكترونية، وصحيفة عرب نيوز (النسخة العربية)، وصحيفة مال الاقتصادية المتخصصة، وموقع أرقام الاقتصادي، حيث يُقدّر مجتمع الدراسة الكلي بنحو (٣٥٠) فرداً من القائمين بالاتصال في هذه المؤسسات مجتمعة..

وستعتمد الدراسة على أسلوب العينة الطبقية العشوائية النسبية، حيث سيتم تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات وفقاً لنوع الصحيفة (حكومية، خاصة، متخصصة في الشأن الاقتصادي) ثم سحب عينة عشوائية من كل طبقة بنسبة تتناسب مع حجمها في المجتمع الأصلي. وبناءً على جدول Krejcie & Morgan (1970) لتحديد حجم العينة عند مستوى ثقة (٩٥%) وهامش خطأ (٥%)، سيبلغ الحد الأدنى لحجم العينة المطلوبة (١٨٣) مفردة من مجتمع قوامه (٣٥٠) فرداً، وسيسعى الباحث إلى توزيع (٢٢٠) استبانة لضمان الحصول على عدد كافٍ من الاستجابات الصالحة للتحليل الإحصائي بعد استبعاد الاستبانات غير المكتملة، مع مراعاة التمثيل المتوازن للطبقات الثلاث بما يضمن تعميم النتائج على مجتمع الدراسة الأصلي..

- الحدود الموضوعية: ستقتصر الدراسة على بحث أثر أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية بأبعادها الأربعة (الإنفوجرافيك التفاعلي، الفيديو الرقمي التفاعلي، الروابط التشعبية والمحتوى المترابط، أدوات التصوير البصري للبيانات) على تغطية أخبار قطاع العقارات في الصحف الإلكترونية السعودية.
- الحدود البشرية: ستحدد بالقائمين بالاتصال (المحررون، رؤساء الأقسام، مديرو المحتوى الرقمي، مصممو الإنفوجرافيك، منتجو الفيديو، محررو البيانات) العاملين في الصحف الإلكترونية السعودية التي تُغطي أخبار قطاع العقارات.
- الحدود المكانية: ستُطبق الدراسة على الصحف الإلكترونية السعودية الكبرى ذات الانتشار الواسع والتي تمتلك أقساماً متخصصة في الشأن الاقتصادي والعقاري في المملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمانية: سيتم تطبيق الدراسة الميدانية وجمع البيانات خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ١٤٤٧/١٤٤٦ هـ الموافق

- أساليب الإحصاء الوصفي: وتشمل التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة الديموغرافية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد مستوى استجابات أفراد العينة على محاور الاستبانة وترتيب أبعادها وفقراتها.
- معامل ألفا كرونباخ: (Cronbach's Alpha) للتحقق من ثبات أداة الدراسة ومدى اتساقها الداخلي.
- معامل ارتباط بيرسون: (Pearson Correlation) لقياس درجة الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع، والتحقق من الصدق البنائي لأداة الدراسة.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط: (Simple Linear Regression) لقياس أثر كل بُعد من أبعاد التخطيط التشغيلي للفعاليات على حدة على الكفاءة التشغيلية.
- تحليل الانحدار الخطي المتعدد: (Multiple Linear Regression) لقياس الأثر المشترك وتحديد الأهمية النسبية لكل بُعد.
- اختبار (T-Test) للعينات المستقلة: للكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية في استجابات أفراد العينة تُعزى لمتغير الجنس.

المحور الأول: المتغير المستقل (أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية) وعلاقته بالمتغيرات الأخرى

دراسة (2025) Rafeeq بعنوان "Multimedia storytelling in online journalism: Analysing multimedia use on the websites TheGuardian.com, TheNationalnews.com, USAToday.com, and Stuff.co.nz". هدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط توظيف الوسائط المتعددة بأبعادها (الصور الفوتوغرافية، معارض الصور، الفيديو، الروابط التشعبية) في مواقع إخبارية دولية كبرى وعلاقتها بنوع المحتوى والتركيز الجغرافي والموضوعي. واستخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون الكمي، وتكونت العينة من (280) مقالة إخبارية منشورة بين فبراير وأبريل ٢٠٢٣، بواقع (٧٠) مقالة من كل موقع من المواقع الأربعة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن إجمالي العناصر المحللة بلغ (٤٧٠) صورة، (٥٦) معرض صور، (١٩٤) فيديو، و(١٣٢٠) رابطاً تشعبياً؛ وأن Stuff.co.nz تصدر في كثافة الصور (م=٢,٢٦ للمقال)، بينما تصدر USAToday.com في الروابط التشعبية (م=٦,٨٧ للمقال)؛ وأن المقالات المطولة والتحقيقات تحظى بكثافة وسائط أعلى من الأخبار العاجلة؛ وأن الأخبار المحلية تحظى بمعالجة وسائطية أعلى من التغطيات الدولية. وأوصت الدراسة بضرورة تبني استراتيجيات تعدد وسائط مرنة تُصمَّم بحسب نوع المحتوى وطبيعة الجمهور المستهدف.

دراسة (2025) Izzatli بعنوان "The theoretical foundations of interactive journalism in the new media era": هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسس النظرية للصحافة التفاعلية بأبعادها (التقارب الإعلامي، المشاركة الجماهيرية، المحتوى المولّد من المستخدمين، السرد المدفوع بالبيانات، تقنيات الواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي) في بيئة الإعلام الجديد. واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي النظري القائم على مراجعة الأدبيات والنظريات الاتصالية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التفاعلية في الصحافة الحديثة تعزز مشاركة الجمهور وتخصيص المحتوى والتغذية الراجعة الآنية، لكنها تطرح تحديات خطيرة تشمل انتشار المعلومات المضللة والفجوة الرقمية والمخاوف الأخلاقية وتسليع مقاييس التفاعل والرقابة التحريرية. وأوصت الدراسة ببناء أطر نظرية جديدة تدمج التحولات الرقمية في نظريات الاتصال الجماهيري وتعزيز التعاون بين المؤسسات الأكاديمية والإعلامية.

دراسة بورقعة (2022) بعنوان "التفاعلية عبر المنتديات الإلكترونية في صحافة الواب الجزائرية – دراسة تحليلية". هدفت الدراسة إلى التعرف على أشكال التفاعل وأنماط الحوار بأبعادها (فضاء النقاش الافتراضي، آليات التبادل بين المستخدمين، مستوى الإشراف المهني) في المنتديات الإلكترونية للصحف الجزائرية على الواب. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بأداة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان، وتكونت العينة من منتديات المواقع الإلكترونية الإخبارية الجزائرية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تنوع في أشكال التفاعل لكن مع انخفاض مستوى التفاعل الفعلي وغياب الإشراف المهني المنظم. وأوصت الدراسة بضرورة إنشاء آليات إدارة للتفاعل وتعيين مشرفين متخصصين لضمان جودة الحوار الرقمي.

دراسة القدوسي (2022) بعنوان: "أثر التفاعلية في المواقع الإلكترونية الصحفية العربية على أداء القائم بالاتصال". هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التفاعلية بأبعادها (التطبيقات التفاعلية الحديثة، العوامل الديموغرافية المؤثرة، سرعة رجع الصدى من المتلقي) على أداء القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الصحفية العربية. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية، وتكونت العينة من القائمين بالاتصال في ثلاثة مواقع إلكترونية هي: بوابة الأهرام، واليوم السابع، والمصري اليوم، وتم جمع البيانات بأداتي الاستبانة والمقابلة المقننة مع المسؤولين عن تلك المواقع. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن القائمين بالاتصال بحاجة للمزيد من التدريب المهني على استخدام التطبيقات الحديثة التي تتيح مزيداً من التفاعلية، وأن هناك تأثيراً للعوامل الديموغرافية على استفادة القائم بالاتصال من إمكانيات التفاعلية، كما أظهرت وجود ارتباط إيجابي بين إمكانيات التفاعلية التي تتيحها المواقع وبين إدراك القائم بالاتصال لسرعة رجع الصدى. وأوصت الدراسة بتكثيف البرامج التدريبية وتطوير البنية التحتية الرقمية في المؤسسات الصحفية العربية.

المحور الثاني: المتغير التابع (تغطية أخبار قطاع العقارات السعودي) وعلاقته بالمتغيرات الأخرى

. دراسة شرشب (٢٠٢٥) بعنوان: "أطر معالجة مواقع الصحف العراقية للقضايا الاقتصادية: دراسة تحليلية لصحيفة الصباح الإلكترونية". هدفت الدراسة إلى التعرف على أطر تغطية القضايا الاقتصادية بأبعادها (الموضوعات الاقتصادية المعالجة، مصادر المعلومات، الأشكال الصحفية، النبرة التحريرية، الأطر الإصلاحية والتنموية) في موقع صحيفة الصباح العراقية الإلكتروني. واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي التحليلي بأداة تحليل المضمون، وتكونت العينة من جميع المقالات الاقتصادية المنشورة على موقع صحيفة الصباح خلال الفترة من ١ أغسطس إلى ١ نوفمبر ٢٠٢٤. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن قضايا الاستثمار والتنمية استأثرت بنسبة (٢٣.٧%) من التغطية، يليها الدفع الإلكتروني والتحول الرقمي بنسبة (١٦.٩%)، والصناعة والتجارة الخارجية بنسبة (١٤.٧%)، وأن المسؤولين الحكوميين شكّلوا (٤٣%) من مصادر المعلومات يليهم الخبراء الاقتصاديون بنسبة (٢٧.١%)، وأن التقارير الإخبارية سيطرت بنسبة (٤٤.١%) مع تحليلات معمقة بنسبة (٢٧.١%)، وأن النبرة الحيادية سادت بنسبة (٤٧.٩%) مقابل (٣٠.٥%) إيجابية. وأوصت الدراسة بتوسيع قاعدة المصادر لتشمل خبراء مستقلين ومراكز أبحاث وتعزيز التحليل الاقتصادي المعمق.

دراسة المطرفي (2025) بعنوان: "اتجاهات الجمهور السعودي نحو معالجة القضايا الاقتصادية في الصحف الإلكترونية في ظل رؤية ٢٠٣٠". هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي بأبعادها (درجة الاعتماد على الصحف الإلكترونية، مستوى الوعي الاقتصادي المكتسب، تقييم جودة التغطية) نحو معالجة القضايا الاقتصادية في الصحف الإلكترونية السعودية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠. واستخدمت الدراسة منهج المسح الميداني بأداة الاستبيان الإلكتروني. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الجمهور السعودي يعتمد بدرجة مرتفعة على الصحافة الإلكترونية في متابعة القضايا الاقتصادية، وأن هذه التغطيات أسهمت بشكل واضح في تعزيز وعيهم الاقتصادي، مع وجود طلب متزايد على تحسين جودة التحليل، واعتبار القضايا العقارية من القضايا ذات الأولوية. وأوصت الدراسة بتقديم محتوى اقتصادي تفاعلي مدعوم بالتصورات البصرية والإنفوجرافيك لتعزيز الفهم والمشاركة الجماهيرية.

دراسة (2025) Çepni بعنوان "News media coverage and the predictability of house prices": هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين مؤشرات التغطية الإعلامية العقارية بأبعادها (مؤشرات الاهتمام الإعلامي بالإسكان على مستوى الولايات، حجم التغطية، مشاعر الخطاب الإعلامي) وإمكانية التنبؤ بأسعار المنازل في الولايات المتحدة. واستخدمت الدراسة المنهج الكمي التحليلي بنماذج انحدار تنبؤية، وتكونت العينة من مؤشرات اهتمام إعلامي عقاري جديدة لـ (٥٠) ولاية أمريكية مبنية على وظيفة Bloomberg Terminal News Trends (NT) التي تجمع بيانات التغطية الإعلامية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مؤشرات الاهتمام الإعلامي بالإسكان تُفسّر جزءاً معنوياً من التباين الإجمالي في أسعار المنازل المستقبلية حتى بعد التحكم في المؤشرات الاقتصادية التقليدية، وأن القدرة التنبؤية للإعلام أقوى في الولايات ذات قوانين الرهن العقاري غير القابلة للطعن وتنظيمات استخدام الأراضي الأكثر صرامة. وأوصت الدراسة بإدراج مؤشرات الاهتمام الإعلامي ضمن نماذج التنبؤ بأسعار العقارات لتعزيز دقتها.

دراسة (2025) Social Media Influence on Real Estate Decision-Making Among Generation Z المنشورة في The American Journal of Student Research. هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي بأبعادها (مصادر المعلومات العقارية الرقمية، أنماط المحتوى المرئي التفاعلي، دور المؤثرين الرقميين (على قرارات الشراء العقاري لدى أفراد الجيل Z. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتكونت العينة من أفراد ينتمون إلى الجيل Z. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل المصدر الأول للمعلومات العقارية لدى الجيل Z ، وأن المحتوى البصري التفاعلي (الفيديوهات القصيرة، الجولات الافتراضية، الصور ٣٦٠ درجة) هو الأكثر تأثيراً في تشكيل قناعاتهم الشرائية، وأن توصيات المؤثرين الرقميين تتفوق على الإعلانات التقليدية في التأثير على هذه الفئة العمرية. وأوصت الدراسة بضرورة تبني شركات التطوير العقاري لاستراتيجيات تسويق مرئي وتفاعلي موجهة خصيصاً للشباب.

أولاً: أدوات الصحافة الرقمية التفاعلية (Digital Interactive Journalism Tools)

التعريف الاصطلاحي: يُقصد بأدوات الصحافة الرقمية التفاعلية مجموعة البرامج والتطبيقات والتقنيات الرقمية التي تُوظَّف في إنتاج المحتوى الصحفي الإلكتروني ونشره بصورة تتيح للجمهور التفاعل مع عناصره المختلفة والمشاركة في استكشاف أبعاده، وتشمل الوسائط المتعددة والروابط التشعبية والرسوم التفاعلية وأدوات التصور البصري للبيانات التي تُحوّل المحتوى الإخباري من نمطه الخطي الثابت إلى نمط ديناميكي تشاركي متعدد المسارات. (Izzatli, 2025)

التعريف الإجرائي: تُعرَّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنها مجموعة الأدوات والتقنيات الرقمية التي تستخدمها الصحف الإلكترونية السعودية في إنتاج المحتوى الإخباري العقاري وتقديمه بصورة تفاعلية، والمقاسة من خلال أربعة أبعاد هي: الإنفوجرافيك التفاعلي، والفيديو الرقمي التفاعلي، والروابط التشعبية والمحتوى المترابط، وأدوات التصور البصري للبيانات، وذلك وفقاً لاستجابات مفردات العينة على فقرات

الاستبانة المُعدّة لهذا الغرض.

أدوات التصور البصري للبيانات (Data Visualization Tools)

التعريف الاصطلاحي: يُقصد بأدوات التصور البصري للبيانات مجموعة التقنيات والبرمجيات الرقمية التي تُحوّل

مجموعات البيانات الخام والأرقام المجردة إلى تمثيلات بصرية ديناميكية قابلة للفهم كالخرائط التفاعلية والرسوم

البيانية المتحركة ولوحات البيانات الحية، مما يُمكن الصحفي من تقديم المعلومات المعقدة بصورة مبسطة وواضحة

تُعزز إدراك الجمهور لها (عبد الغفار، ٢٠٢١).

التعريف الإجرائي: تُعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنها الأدوات الرقمية التي توظفها الصحف الإلكترونية السعودية

لتحويل الإحصاءات والمؤشرات العقارية إلى خرائط تفاعلية للمشاريع والأحياء السكنية ورسوم بيانية ديناميكية لحركة

- بورقعة، س. (٢٠٢٢). التفاعلية عبر المنتديات الإلكترونية في صحافة الواب الجزائرية - دراسة تحليلية. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، ٩ (٢)، ٤٣٧-٤٥١. <https://asjp.cerist.dz/en/article/197809>
- الحربي، م. م. (٢٠٢٢). أطر المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحافة السعودية الإلكترونية: دراسة تحليلية (رسالة دكتوراه غير منشورة). كلية الإعلام، جامعة القاهرة. <https://wjfh.uowasit.edu.iq/index.php/wjfh/article/view/867>
- الزهراني، أ. ع.، وعطية، م. (٢٠٢١). السرد الإخباري المتعدد الوسائط في الصحافة الإلكترونية العربية: دراسة تحليلية لخصائص ومواصفات توظيف الإنتاج الإخباري المتعدد الوسائط. مجلة العلوم الاجتماعية - جامعة الكويت، ٤٩ (٤)، ١١-٥٢. <https://doi.org/10.34120/jss.v49i4.2601>
- شرشب، ر. س. (٢٠٢٥). أطر معالجة مواقع الصحف العراقية للقضايا الاقتصادية: دراسة تحليلية لصحيفة الصباح الإلكترونية. مجلة واسط للعلوم الإنسانية، ٢١ (١)، ١-٢٨. <https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol21.Iss1/Pt1.867>
- عبد الغفار، و. ج. د. (٢٠٢١). توظيف صحافة البيانات في التغطيات الصحفية الاستقصائية بالمواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتطور تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (٥٦)، ١٩٢٩-١٩٨٦. https://jsb.journals.ekb.eg/article_154698.html
- القدوسي، و. ع. (٢٠٢٢). أثر التفاعلية في المواقع الإلكترونية الصحفية العربية على أداء القائم بالاتصال (رسالة ماجستير). كلية الآداب، جامعة المنصورة. https://lib.mans.edu.eg/eulc_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=PublicDrawThesis&BibID=12544086
- المطرفي، م. ح. (٢٠٢٥). اتجاهات الجمهور السعودي نحو معالجة القضايا الاقتصادية في الصحف الإلكترونية في ظل رؤية ٢٠٣٠. مجلة بحوث الاتصال والإعلام، ٢٥ (١٥)، ٤٩-٧٥. <https://doi.org/10.21608/jcts.2025.475805>

- Çepni, O. (2025). News media coverage and the predictability of house prices. *Real Estate Economics*, 54(1), 6–39. <https://doi.org/10.1111/1540-6229.70008> <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1540-6229.70008>
- Dehnisch, C. (2022). The impact of digital media in real estate (Senior Honors Thesis). School of Communication, Liberty University. <https://digitalcommons.liberty.edu/honors/1236>
- Han, S. (2024). Media framing in the digital age: Interplay of real estate and welfare narratives in South Korean news articles. *Heliyon*, 10(5), e25696. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25696> <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10915346/>
- Harb, Z., & Arafat, R. (2024). The adoption of artificial intelligence technologies in Arab newsrooms: Potentials and challenges. *Emerging Media*, 2(3), 371–381. <https://doi.org/10.1177/27523543241291068> <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/27523543241291068>
- Izzatli, S. (2025). The theoretical foundations of interactive journalism in the new media era. *Metafizika Journal*, 8(2), 97–108. <https://doi.org/10.33864/2617-751X.2025.v8.i2.97-108> <https://metafizikajurnali.az/storage/images/site/files/Metafizika-30/Metafizika.Vol.8%2CNo.2%2CSerial.30%2Ccpp.97-108>
- Otero-González, I., & Vázquez-Herrero, J. (2023). Open and commercial tools to generate a digital interactive story in journalism: Systematic review and features analysis. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 29(1), 36–55. <https://doi.org/10.1080/13614568.2023.2175041> <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13614568.2023.2175041>
- Rafeeq, A. (2025). Multimedia storytelling in online journalism: Analysing multimedia use on the websites TheGuardian.com, TheNationalnews.com, USAToday.com, and Stuff.co.nz. *Journalism and Media*, 6(3), 157. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6030157> <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/3/157>
- Social media influence on real estate decision-making among Generation Z. (2025). *The American Journal of Student Research*, 1–12. <https://doi.org/10.70251/ajsr.v1i1>
https://www.researchgate.net/publication/396254468_Social_Media_Influence_on_Real_Estate_Decision-Making_Among_Generation_Z



Thank You